



# STRATEGISK PLATTFORM

För destinationsutveckling i nordöstra Skåne:  
Bromölla, Hässleholms, Kristianstads, Osby, Östra Göinge kommuner

”År 2020 ska Nordöstra Skåne upplevas som en destination som håller öppet året om, med tydliga erbjudanden mot den globala resenären.”



# TILLSAMMANS SKAPAS TILLVÄXT

Den svenska besöksnäringens konkurrenskraft behöver stärkas, från den nationella nivån till den enskilda företagaren. För att åstadkomma det presenterades år 2010 en nationell vision och tillväxtstrategi för besöksnäringen med ambitionen att fördubbla näringens omsättning till och med 2020. För att nå dit är medvetna satsningar på de utländska marknaderna ett måste, eftersom den internationella marknaden ökar snabbare än den nationella.

2012 tog Tourism in Skåne fram en regional strategi, Collaborative Tourism 2020 med utgångspunkt i den nationella visionen. Målsättningen lyder: Skåne ska bli en av Sveriges två mest besökta destinationer. Utifrån strategin driver Tourism in Skåne ett intensivt arbete för att stärka professionaliteten och exportmognaden i den skånska besöksnäringen.

Därför har Tourism in Skåne initierat ett destinationsutvecklingsarbete för besöksnäringen och kommunerna i nordöstra Skåne som har resulterat i en strategisk plattform.

Om vi, företagen och kommunerna i nordöstra Skåne, tydliggör vårt erbjudande och fokuserar på rätt saker är vi i allra högsta grad en hörnsten i såväl den regionala som den nationella strategin. För att lyckas måste vi känna till våra tillgångar, våra nuvarande och tänkbara besökare och vår utvecklingspotential.

Därför har vi valt att arbeta tillsammans för att ta fram vår strategiska plattform. Gemensamt har vi valt inriktning för framtida insatser, utifrån vad som ger störst effekt och en hållbar vinstmarginal.

Våra mål är att nordöstra Skåne:

- ska upplevas som en exportmogen destination senast år 2020 där företagen samverkar för att uppnå synergier som skapar hållbar tillväxt.
- ska utmärka sig för sina natur-, kultur- och måltidsupplevelser.
- ska sträva efter en årlig tillväxttakt om minst 7%\* .

Tillväxtmål 2020\*\*:

- omsättningen ska öka med 50%.
- antalet utländska gästnätter ska öka med 80%.

\* Med utgångspunkt i 2015 års statistik, med samma genomsnittliga utvecklingstakt som Tourism in Skåne har beräknat.

\*\* Omsättningen är beräknad på 4% ökning 2016, 5,5% ökning 2017 och 7% årlig ökning från 2018 till 2020. Basåret 2015 hade näringen 4 miljarder i omsättning.

# DAGS ATT BLICKA UTÅT

Traditionellt sett har de allra flesta uppfattat den svenska marknaden som viktigast. Det är inte särskilt konstigt, rent volymmässigt är svenskarna våra flesta besökare. Så varför blicka utåt? För att besöksnäringen ska utvecklas och stärkas måste fler få upp ögonen för vad vi har att erbjuda och nu står den internationella marknaden på tur. Det är därigenom som vi skapar tillväxt för besöksnäringen i nordöstra Skåne. Det innebär att vi måste kunna utveckla, marknadsföra och sälja produkter som attraherar den internationella besökaren.

Tyskland, Danmark och Nederländerna är marknaderna med störst potential för nordöstra Skåne. Det är också från dessa länder som flest internationella besökare kommer redan idag. Utöver dessa tre marknader finns ytterligare en som har fattat tycke för vad Bromölla, Hässleholm, Kristianstad, Osby och Östra Göinge har att erbjuda. Polen placerar sig på en fjärde plats i gästnattsstatistiken. Nordöstra Skåne har under flera år arbetat mot den polska marknaden, vilket har gett resultat.

Vad efterfrågar den utländska besökaren? VisitSweden har undersökt drivkrafter för globala resenärer som kan tänka sig att besöka Sverige. De största drivkrafterna är upplevelser i naturen under alla fyra årstider, städer och deras nöjesliv, museer och restauranger samt kulturupplevelser. Dessa drivkrafter är generella, men stämmer väl överens med nordöstra Skånes tillgångar.

” Vår destinationskultur uttrycks genom våra gästvänliga invånare och företagare. Gästerna återvänder för att få uppleva ännu mer. ”

# HUR VILL VI UPPFATTAS?

Hur nordöstra Skåne uppfattas beror på vem vi frågar. För våra svenska besökare är det sommarupplevelser, naturen, kulturen och stora evenemang som står i fokus.

Den utländska besökaren har inte samma relation till nordöstra Skåne, om någon alls. Även de besökare som kommer från de närmaste och mest prioriterade marknaderna Danmark, Tyskland och Nederländerna har svårt att säga vad nordöstra Skåne faktiskt kan erbjuda, utöver den storslagna naturen. Att våra konkurrensfördelar är relativt okända för utländska besökare är något vi måste arbeta aktivt med. Om de inte känner till oss, bryr de sig inte om oss.

För att vi ska bli tydligare för den potentiella besökaren tror vi på att skapa och utveckla tematiska reseanledningar. Därtill behövs tydlig kommunikation som anpassas efter de prioriterade marknadernas behov. Vi måste veta vem vi pratar med, och vad vi ska säga. Vi måste även erbjuda produkter av hög kvalitet som målgruppen finner enkla och intressanta att köpa.

# HÄR FINNS POTENTIALEN

I vårt område finns många tillgångar som alla har sin unika styrka och som var och en på sitt sätt kan attrahera den utländska besökaren. För att uppnå våra mål måste vi våga fokusera och avgränsa oss. Därför fokuserar vi på tre tematiska områden som vi tror har störst potential.

Det är viktigt att alla hittar hem i vår gemensamma plattform. Våra teman måste stötta de många företag som idag verkar inom besöksnäringen. Företagen ska ges förutsättningar att samarbeta och gemensamt utveckla produktgrupper och säljbara produkter inom våra teman. Då blir det enkelt att kommunicera till prioriterade marknader och målgrupper.

Vi har identifierat följande tre tematiska områden som mest relevanta att utveckla och förädla för att locka den utländska besökaren:

## UPPLEVELSER I NATUREN MED FOKUS PÅ VANDRING, CYKLING OCH PADDLING

Nordöstra Skåne är naturälskarens dröm. Vackra skogar, sjöar, naturområden och hav ger möjligheter till att röra sig fritt över stora ytor.

Det finns många större och lättillgängliga rekreationsområden och naturreservat. Dessa är en stor tillgång för turistnäringen, framförallt när vi satsar på den internationella marknaden. Den utländska gästen vill utforska naturen på ett enkelt sätt – med boende och matställen i närheten.

En nyckelfaktor för att attrahera besökare är att företag och organisationer samverkar.



# KULTURUPPLEVELSER

I nordöstra Skåne finns alltid något att upptäcka. En mängd olika aktiviteter inom kulturområdet, kontrasterna i naturen men också mellan natur, anrika stadsmiljöer, historiska platser och kulturminnen. De historiska platserna finns både i stadsmiljöer men också spridda i skogarna.

Vi kan stoltsera med en uppsjö av småskaliga kulturupplevelser som skapar mervärden när gästen är på plats. Utmaningen ligger i att det endast finns ett fåtal väletablerade aktörer med internationellt renommé som är reseanledningar på egen hand. Det behövs fler magneter för den internationella besökaren.

” Vår destination erbjuder oförglömliga och spännande natur- och kulturupplevelser och genuina smaker från vårt rika mat- och dryckeslandskap. ”



Wanås Konst  
Jacob Dahlgren, *Primary Structure*, 2011  
The Wanås Foundation, Sweden  
Foto: Wanås Konst



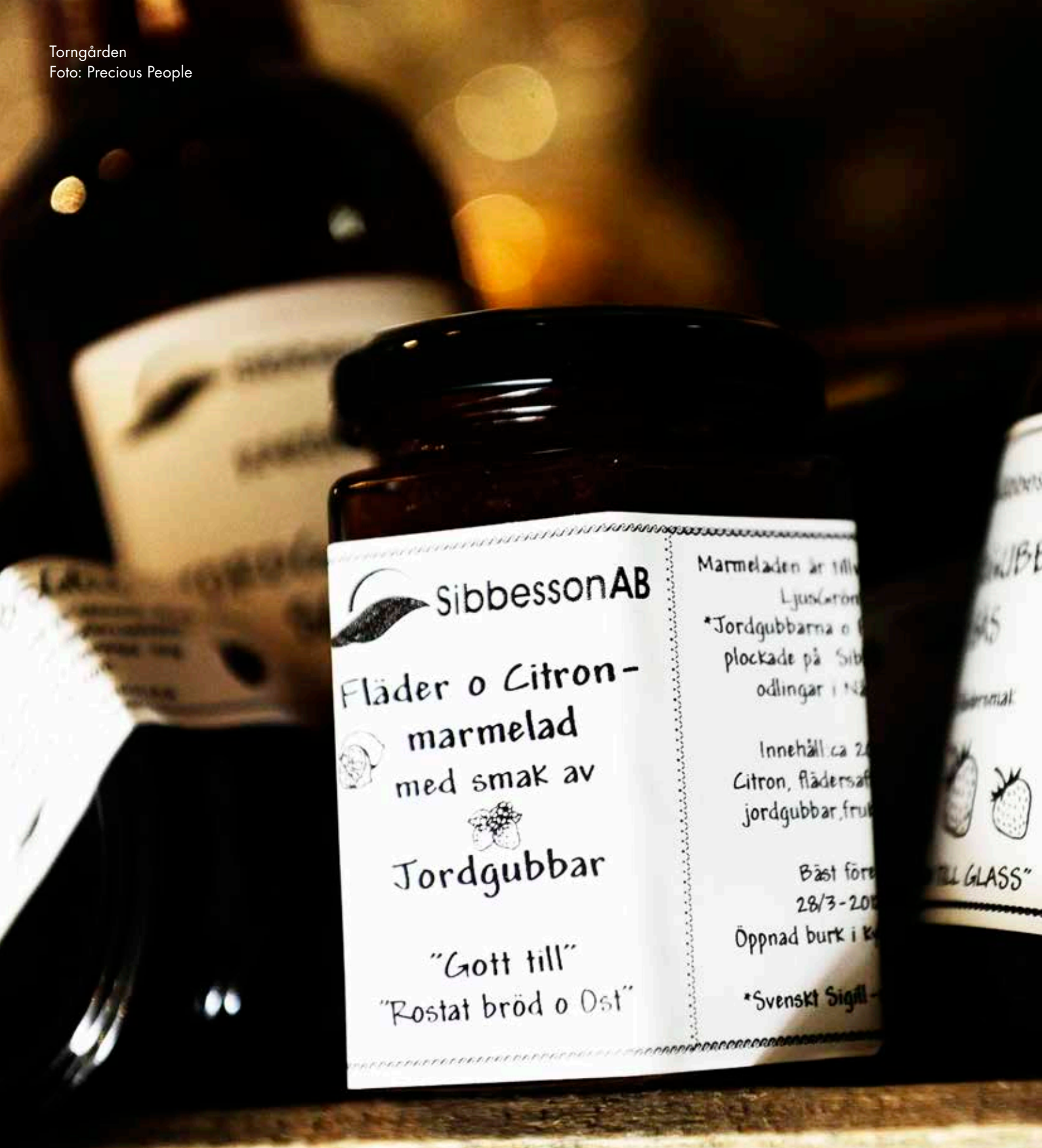
# KOMPLETTERANDE MAT- OCH DRYCKESUPPLEVELSER

I nordöstra Skåne spelar smaken roll. Främst odlare och producenter, både småskaliga och några stora inom mat- och dryckesupplevelser, bidrar till det. Under vissa perioder finns det aktiviteter kopplade till flera producenter där man som besökare kan skörda, förädla och prova på plats. Mycket av det som produceras på plats finns dock inte att tillgå på restauranger eller i gårdsbutiker.

För de internationella besökarna är maten en stor del av resan. Det är oftast inte den huvudsakliga reseanledningen men bidrar till attraktionskraften. I nordöstra Skåne finns förhållandevis få restauranger och caféer med en stark profil. Restaurangutbudet varierar över året beroende på säsong och närhet till tätort, med några få undantag. VisitSweden och Tourism in Skåne satsar för att sätta skånsk mat på kartan utomlands. Matupplevelser i nordöstra Skåne har idag en låg förädlingsgrad samtidigt som det finns en stor efterfrågan.

Samtliga tre teman stöttar och samspelar med nordöstra Skånes starka evenemangskultur. Såväl nya som befintliga evenemang som stödjer våra valda teman är särskilt viktiga att prioritera och utveckla.





 Sibbesson AB

Fläder o Citron-  
marmelad  
med smak av



Jordgubbar

"Gott till"  
"Rostat bröd o Ost"

Marmeladen är tillagad

Ljus/Citron

\*Jordgubbarna o Citron  
plockade på Sibbesson  
odlingar i Nordöstra Skåne

Innehåll ca 200g  
Citron, flädersaft  
jordgubbar, frukt

Bäst före  
28/3-2025

Öppnad burk i kyl

\*Svenskt Sigill -

# PÅ LÅNG SIKT

Hela besöksnäringen gynnas av framgångsrika satsningar. Det är dock inte endast avgränsade teman och tydliga erbjudanden som krävs för att besöksnäringen ska blomstra. Hur vi tar emot nya idéer och förvaltar dem samt hur vi förädlar befintliga erbjudanden är en knäckfråga. För att åstadkomma det måste vi självfallet veta mer om oss själva och de produkter och teman som vi väljer att satsa på. Det innebär exempelvis att värdekedjan för de produkter och teman som väljs behöver beskrivas, utvecklas och mätas – utifrån kundens, samhällets och företagets perspektiv.

Det är också viktigt att besöksnäringen i nordöstra Skåne fokuserar på att skapa hållbar affärsnytta ur ekonomiska, sociala och miljömässiga perspektiv. Även om lönsamhet och tillväxt står i fokus får vi inte glömma det som gör oss konkurrenskraftiga i det långa loppet. Exempelvis låg sjukfrånvaro och personalomsättning, ambitiös kompetensutveckling, nöjda kunder och social mångfald.

Företagens samverkan är A och O. När de kan erbjuda kombinationer av produkter och tjänster blir upplevelsen bättre för besökaren. Det tjänar alla på. Att även det offentliga engagerar sig är också en nyckelfråga. Då blir vi många som drar åt samma håll.

Samverkan ger oss också större möjligheter att prata med bredare målgrupper. När vi är tydliga med vad vi kan erbjuda stannar dessutom besökarna längre tid hos oss.

## VÅR VISION

- Att vår destination erbjuder oförglömliga och spännande natur- och kulturupplevelser och genuina smaker från vårt rika mat- och dryckeslandskap.
- Att vårt vackra natur- och kulturlandskap, en mosaik av sjöar och hav, djupa skogar och stolta städer – hela vår rika kulturhistoria, skapar unika och aktiva reseanledningar till nordöstra Skåne året om.
- Att vi profilerar vår destination med unika boenden, i både slott och koja, men även med internationella idrotts- och kulturevenemang.
- Att vår vi-känsla märks i aktiv samverkan mellan företagare, medarbetare och kommuner; genom vår förmåga att skapa inspirerande mervärden och upplevelser som överträffar gästens förväntan.
- Att vår destinationskultur, som uttrycks genom våra gästvänliga invånare och företagare, gör att gästerna återvänder för att få uppleva ännu mer av vår destination.



# DESTINATIONSIDÉ

Nordöstra Skånes destinationsidé är att utveckla och positionera våra teman tills de blir så attraktiva att de i sig själva får besökare att välja att resa till oss.

Så här går det till:

- Vi fokuserar på de fyra marknaderna Tyskland, Danmark, Nederländerna och Polen och tar fasta på de kända drivkrafterna hos marknaderna.
- Företagen samarbetar i hela värdekedjan – ”från ax till limpa”.
- Flera drar åt samma håll. Vi involverar så många relevanta företagare, alternativt tjänster, som möjligt i varje erbjudande.
- Vi är träffsäkra när vi matchar våra produkter med den utländska marknadens efterfrågan.
- Vi tydliggör den tematiska reseanledningen.
- Vi mobiliserar resurser för marknads- och säljinsatser.
- Företagen håller hög produktutvecklingstakt men eftersträvar alltid hållbar affärsnytta.
- Företag och offentlig sektor samverkar.

Populärversion 2016 09. Denna plattform är en del destinationsutvecklingsprocessen i nordöstra Skåne tillsammans med lokala representanter för besöksnäringen. Processledning av Svensk Destinationsutveckling och Tyréns på uppdrag av Bromölla, Hässleholms, Kristianstads, Osby, Östra Göinge kommuner i samarbete med Tourism in Skåne. Grafisk produktion: Maria Marmgren Tryck: Tryckakuten



Bromölla kommun



Hässleholms kommun



Kristianstads  
kommun



OSBY  
KOMMUN



Östra Göinge  
kommun

Kontakt och mer information

Skåne Nordost: [malin.wildt-persson@kristianstad.se](mailto:malin.wildt-persson@kristianstad.se), [www.skanenordost.se](http://www.skanenordost.se)

Bromölla: [kommunstyrelsen@bromolla.se](mailto:kommunstyrelsen@bromolla.se), [www.bromolla.se](http://www.bromolla.se)

Hässleholm: [kommun@hassleholm.se](mailto:kommun@hassleholm.se), [www.hassleholm.se](http://www.hassleholm.se)

Kristianstad: [kommun@kristianstad.se](mailto:kommun@kristianstad.se), [www.kristianstad.se](http://www.kristianstad.se)

Osby: [kommun@osby.se](mailto:kommun@osby.se), [www.osby.se](http://www.osby.se)

Östra Göinge: [kommun@ostragoinge.se](mailto:kommun@ostragoinge.se), [www.ostragoinge.se](http://www.ostragoinge.se)